

НОВЫЕ СРЕДЫ — НОВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

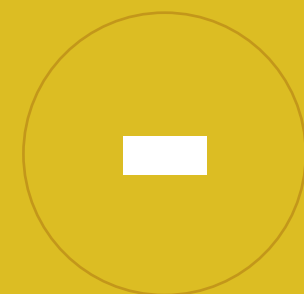



Традиционные медиа:
в начале было
телевидение,
пресса и радио





**ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ
ПАССИВЕН**



КОНТЕНТ  ВРЕМЯ 



**ЧЕТКАЯ
СЕГМЕНТАЦИЯ**



Новые технологии: меняется структура медиа



зритель не хочет ждать контент;

медленный интернет — сайты;

мобильный контент теснит сайты;

быстрый мобильный интернет
— супермобильный контент;

умные телевизоры.



**Новая парадигма:
зритель превращается
в потребителя**



Что меняется:

1.

способ
получения
контента

2.

поведение
пользователя

3.

соотношение
контента

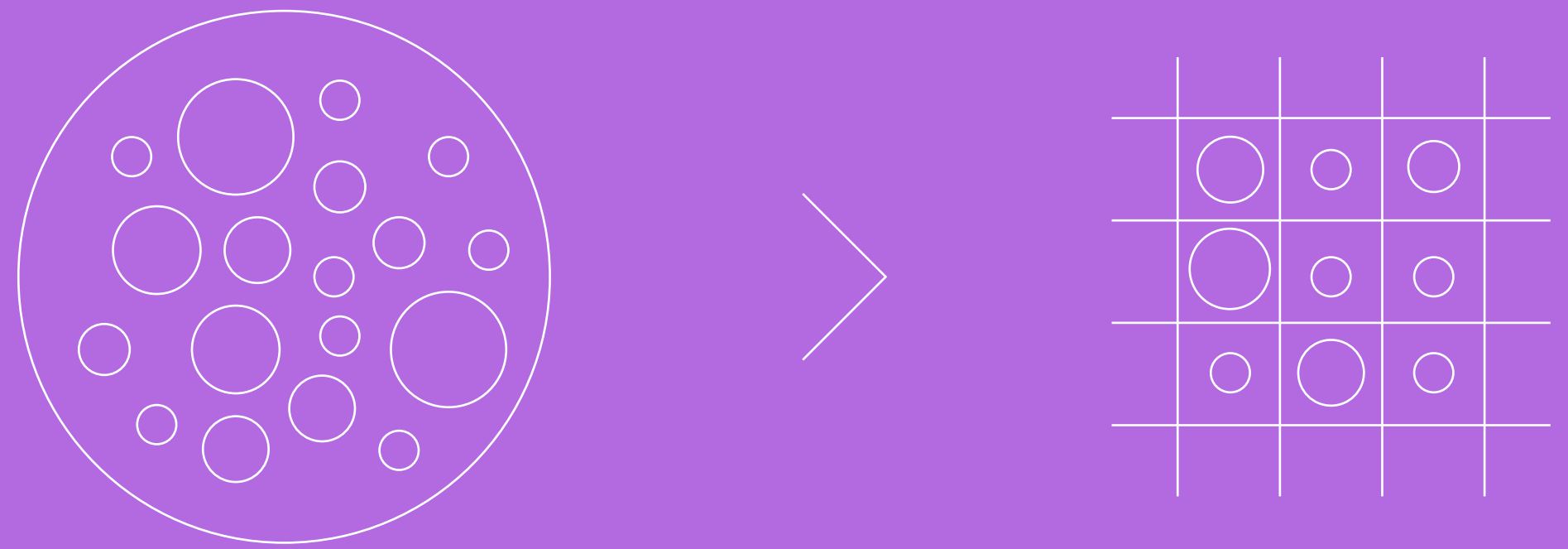
4.

контроль

5.

запрос на
индивидуальность

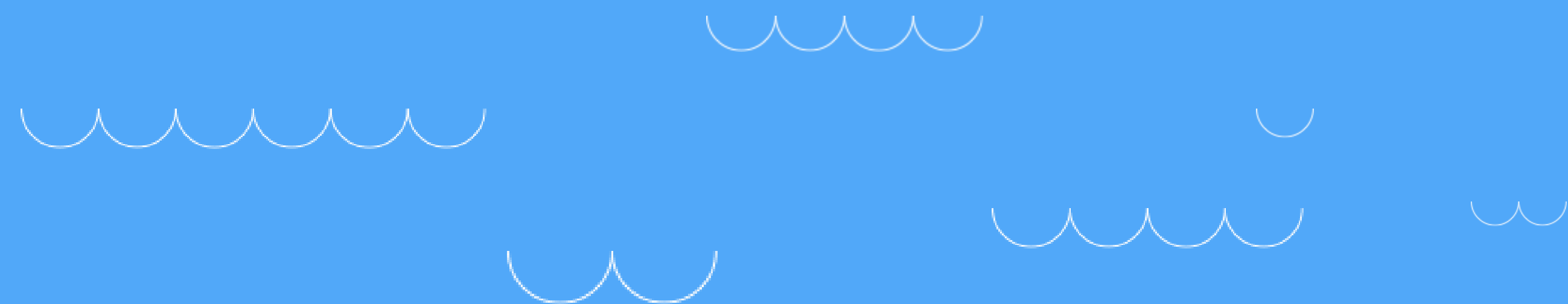




Массовое в частное:

сайты устаревают > один ресурс
не может предложить всё >
пользователь уходит в агрегаторы,
поиск и соцсети





**Море контента:
пользователь ищет
способы не захлебнуться
информацией**



Новые медиа — НОВЫЙ КОНТЕНТ:

есть
всегда

НОВЫЕ
формы

быстрый

часто
обновляется



Чего хочет пользователь:

хочет контент быстро и весь;

хочет разные точки зрения на событие;

хочет доверять источнику;

хочет, чтобы его мнение слышали;

хочет контент специально для него.



**Мобайл:
самый перспективный
способ получения
контента**



**интернет
перетекает
с десктопа
в мобайл**

**нужны
простые
приложения**

**появляются
мессенджеры**

**шаблонизация:
приложения-
спутники**

**сегментация
и кластеризация
контента**



Соцсети и сервисы

тонкая настройка
выбор оболочки для
контента

показатели в соцсетях
охват — миллионы
больше аудитории тв-эфира

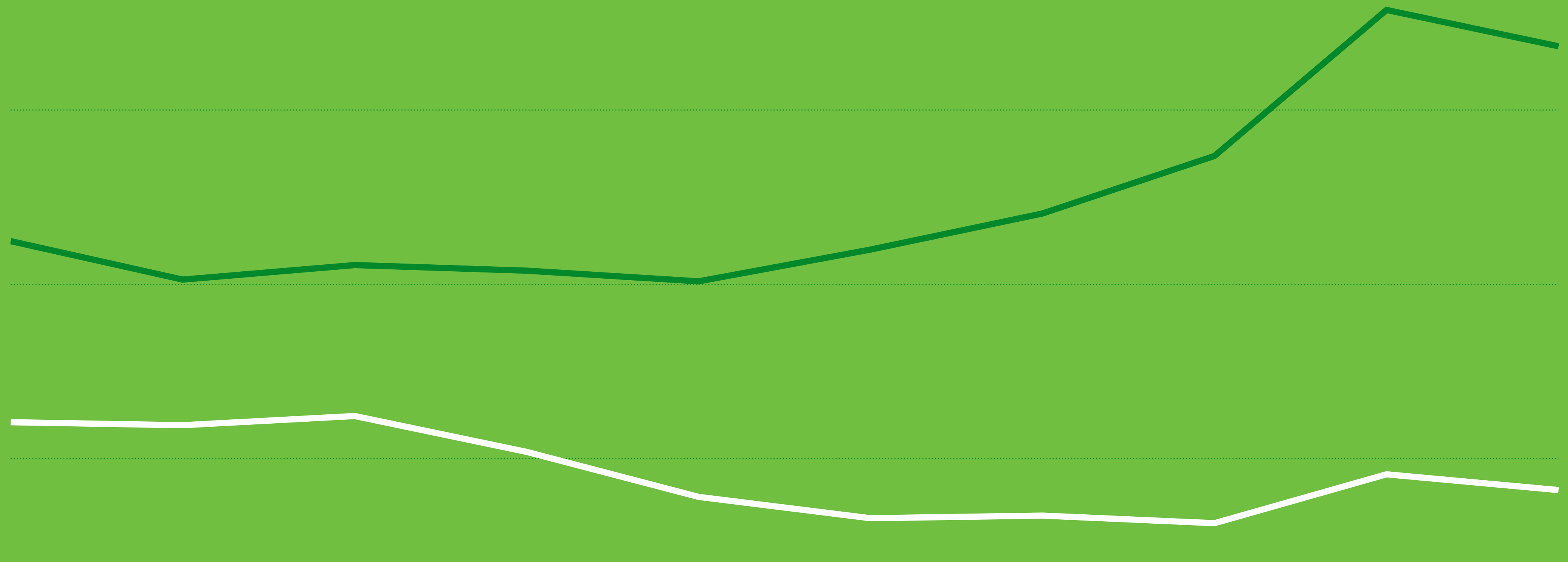
комментарии
неотъемлемая часть
сообщения



Доверие:
феномен ротации
трафика



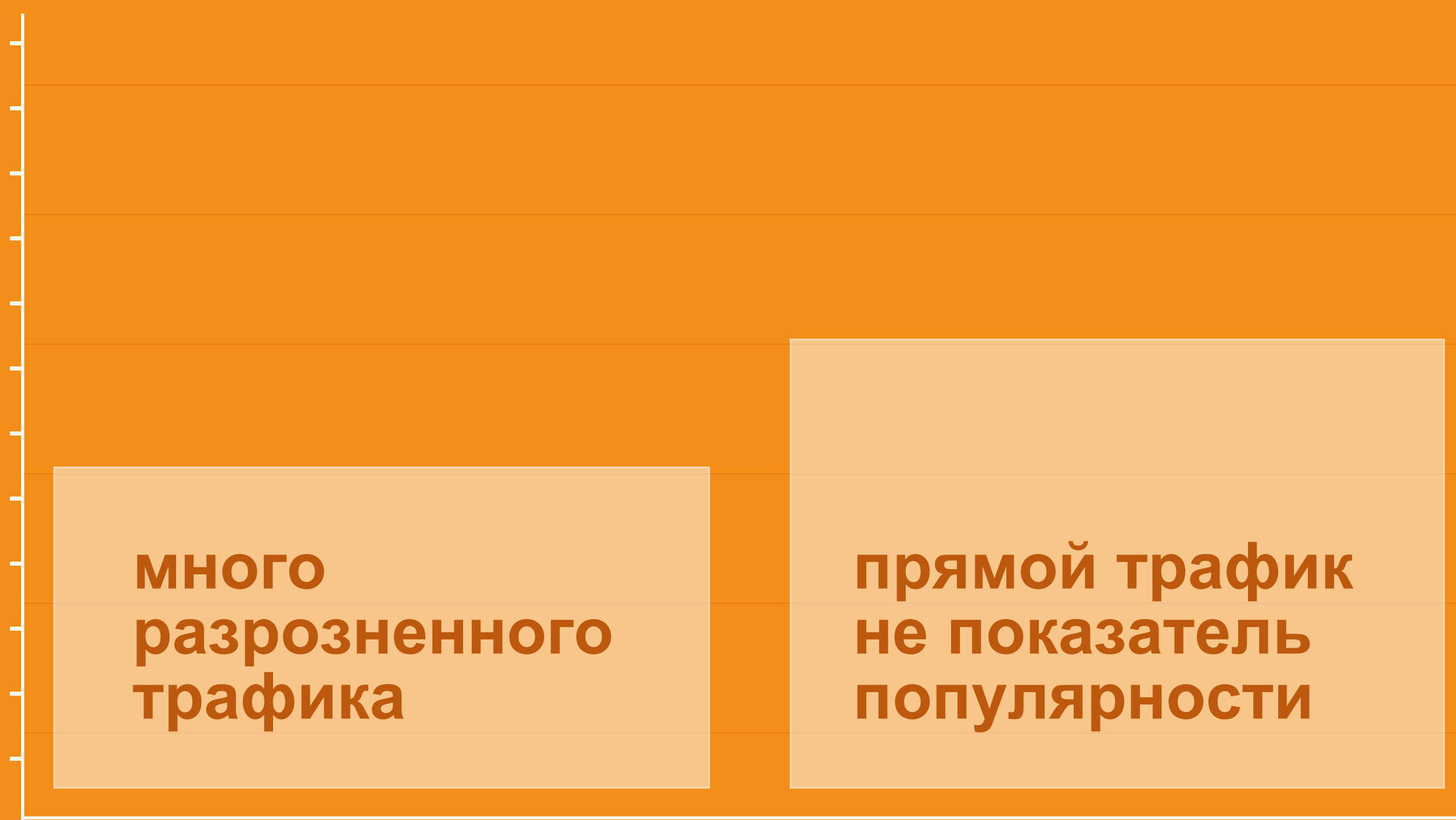
ПРЯМОЙ ТРАФИК



ТРАФИК ИЗ СОЦСЕТЕЙ



Статистика



Будущее:
кастомизация;
bigdata;
виртуальная реальность.





Спасибо!